

PELATIHAN PEMBUATAN DESAIN *MARCHANDISE* KAMPUNG WARNA-WARNI PADA PENDUDUK KAMPUNG JODIPAN UNTUK MENINGKATKAN SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN

Denik Ristya Rini¹, Ima Kusumawati Hidayat², Yon Ade Lose³

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang 65145, telp/fax: +62341-588077

Jurusan Seni dan Desain, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang

e-mail: ¹dira.denik@yahoo.com, ²ima_hidayat@yahoo.com, ³yonade.sign@gmail.com

Abstrak

Pelatihan pembuatan desain *merchandise* pada penduduk Kampung Warna-warni Jodipan bertujuan untuk : (1) Penduduk Kampung Warna-warni Jodipan dapat membuat desain *merchandise* (2) Penduduk Kampung Warna-warni Jodipan mampu mengaplikasikan desain *merchandise* menjadi produk *merchandise* yang layak untuk dipasarkan atau dijual sebagai oleh-oleh wisatawan yang berkunjung ke Kampung Warna-warni Jodipan. (3) Penduduk Kampung Warna-warni Jodipan memiliki keterampilan memproduksi *merchandise* sehingga dapat menumbuhkan semangat untuk merintis usaha baru (wirausaha). Metode pelatihan yang digunakan adalah dengan menggunakan metode ceramah, tanya jawab, tutorial dan praktek langsung membuat desain hingga produk *merchandise*. Hasil yang diperoleh dari pelatihan ini adalah (1) Peserta pelatihan (penduduk Kampung Warna-warni Jodipan) mampu memahami konsep pembuatan desain yang mencerminkan ke khasan Kampung Warna-warni Jodipan (2) Peserta Pelatihan terampil dalam membuat atau mengaplikasikan desain menjadi *merchandise* khas Kampung Warna-warni Jodipan. (3) Peserta mampu mengembangkan hasil karya pelatihannya menjadi suatu produk yang layak jual sehingga menghasilkan nilai ekonomi bagi mereka.

Kata Kunci — Pelatihan, Marchandise, Kampung Warna-Warni Jodipan

1. PENDAHULUAN

Kampung Wisata Jodipan atau lebih dikenal dengan Kampung Warna-Warni terletak di RT 06, 07, dan 09, RW 02, Kelurahan Jodipan Kota Malang dan terletak di bantaran Sungai Brantas. Pada mulanya kampung ini layaknya pemukiman di pinggir sungai di Pulau Jawa, kotor, kumuh, tidak tertata. Pengguna jalan Gatot Subroto Malang akan selalu melihat pemandangan kurang menarik dari satu sisi Kota Malang. Padahal jalan Gatot Subroto merupakan salah satu jalan poros yang dilalui oleh pendatang dari luar kota dan dekat dengan Stasiun Kota Malang, dimana banyak wisatawan asing dan 9embe yang juga akan melihat pemandangan kumuh ini.

Delapan mahasiswa yang tergabung dalam Guys Pro dari Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) yang sedang

menempuh mata kuliah Praktikum Event Public Relations mempunyai ide untuk mempercantik Kampung Jodipan. Tugas praktikum tersebut mengharuskan mereka membuat program bermanfaat untuk masyarakat dengan menggandeng klien dari perusahaan swasta atau pemerintah. Ide awal adalah membuat program kerja bakti bersih-bersih, mengecat pagar, dan membuat mural di kawasan Kampung Jodipan. Hanya saja jumlah mahasiswa yang kecil membuatnya tidak maksimal. Dosen pembimbing mereka 9ember saran untuk mencari sponsor dan pilihan mereka jatuh kepada PT Indana Paint yang memproduksi cat Decofresh.

Produsen cat asal Malang ini sangat tertarik dengan proposal Guys Pro dan menggelontorkan dana Corporate Social Responsibility[1]. Dikerahkan sebanyak 30 tukang cat dan kurang lebih 2 ton cat dihabiskan untuk mengubah wajah kampung kumuh Jodipan[2]. Terinspirasi dari kawasan Kickstater, Rio

De Janeiro, Brazil dan Kota Cinque Terre, Italia, Guys Pro menggandeng masyarakat setempat untuk mengerahkan tukang dan teknisi serta seniman mural Kota Malang agar 90 rumah di RW 2 meliputi RT 6, 7 dan 9 berwujud seperti ide mereka.

Pada 4 September 2016, Kampung Wisata Jodipan tersebut diresmikan langsung oleh Walikota Malang, H. Mochamad Anton didampingi Forkopimda Kota Malang, Ketua TP PKK Kota Malang dan Sekretaris Daerah Kota Malang. Selain itu hadir juga Vice President PT Indana Paint, Steven A Sugiharto serta Guys Pro selaku pencetus kampung warna-warni[3]. Kampung ini menjadi fenomenal dan tujuan wisata 10embe yang menambah satu tujuan Kota Malang.

Keberhasilan Kampung Warna-Warni diiringi dengan adanya *merchandise* yang dapat meningkatkan promosi tempat ini. *Merchandise* merupakan pernak- pernik yang sering dijumpai dan dipakai oleh banyak orang dalam berbagai kesempatan[4]. Contohnya, kaos oblong dengan sablon atau 10ember berupa gambar dan tulisan logo perusahaan, 10ember promosi, jam dinding promosi, flash disk promosi, bolpoin promosi, dan sejenisnya. Media *merchandise* bisa menjadi pilihan dalam melakukan aktivitas promosi dan branding karena media ini mempunyai banyak kelebihan. *Merchandise* tak hanya sebatas menampilkan logo perusahaan semata, namun *merchandise* adalah media pengingat yang memiliki manfaat dan dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari.

Merchandise yang telah dibuat oleh penduduk Kampung Warna-Warni memiliki harga yang tidak bisa terlalu tinggi karena pengunjung dari kampung wisata ini rata-rata adalah mahasiswa dan penduduk menengah kebawah. *Merchandise* yang dijual dirasa kurang menarik walau dengan harga murah karena pengerjaan yang sederhana dan kurang pengetahuan tentang desain. Desain *merchandise* tersebut bisa dibuat lebih baik dengan 10ember pengetahuan tentang desain dan keterampilan menggunakan media 10ember10r untuk membuat karya yang menarik.

Kewirausahaan ialah penerapan keinovasian & kreativitas untuk pemecahan masalah & memanfaatkan berbagai peluang yang dihadapi orang lain setiap hari[5]. Kewirausahaan berasal dari istilah *entrepreneurship* yang sebenarnya berasal dari kata *entrepreneur* yang artinya suatu kemampuan (*ability*) dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak

tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Penduduk Kampung Warna-Warni yang tidak bekerja dapat mengambil peluang untuk berwirausaha di rumah sehingga dapat meningkatkan pendapatannya.

Inovasi desain *merchandise* Kampung Warna-Warni yang menarik namun terjangkau menjadi tujuan utama pelatihan pengabdian ini. Diharapkan penduduk Kampung Warna-Warni mendapat modal keterampilan dan pengetahuan desain sehingga mampu melanjutkan usaha kecil mandiri. Sehingga perlahan akan muncul semangat kewirausahaan yang diperlukan. Disisi lain, hasil karya penduduk Kampung Warna-Warni dapat mempromosikan wisata Kampung Warna-Warni baik di nasional maupun internasional.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan tiga tahapan, di mana tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan survey pendahuluan untuk melihat kondisi di lapangan mengenai pernak-pernik atau cinderamata yang dijual di kawasan Kampung Wisata Jodipan. Dalam tahap ini peneliti mempelajari *merchandise* apa yang cocok untuk dikembangkan pada masyarakat tersebut.

Tahapan selanjutnya merupakan tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian. Dalam tahap ini pengabdian melakukan kegiatan pengembangan pembuatan desain dan produk *merchandise*. Tahapan ke tiga adalah tahapan evaluasi dan pendampingan. Evaluasi berkaitan dengan evaluasi proses pembuatan *merchandise* dan evaluasi hasil penjualan *merchandise*.

Indikator ketercapaian tujuan pengabdian adalah bahwa peserta sudah dapat memahami cara mendesain *merchandise*, memproduksinya, dan memasarkan hasil produkssinya.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dikemas dengan menggunakan pendekatan *workshop*. Kegiatan dilakukan menggunakan metode ceramah, diskusi dan latihan. Adapun langkah-langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sebagai berikut :

- Langkah 1 : Peserta pelatihan diberi materi mengenai potensi produksi *merchandise* di kawasan wisata.
- Langkah 2 : Peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan materi yang telah diberikan. Kesempatan tanya jawab diberikan untuk

memperjelas hal-ha yang masih menjadi keraguan.

- Langkah 3 : Peserta mendapatkan pelatihan sesi pertama yaitu materi pengembangan desain pembuatan *merchandise* dan member kesempatan untuk mencoba melakukan eksplorasi desain untuk di wujudkan dalam sebuah produk dalam sesi kegiatan pengabdian selanjutnya.
- Langkah 4 : Pada sesi kedua peserta mendapatkan materi pelatihan tentang tekni dan cara pembuatan/produksi *merchandise*. Adapun *merchandise* yang kami ajarkan adalah membuat *merchandise* dengan media kaos. Media ini kami pilih karena peserta bisa memilih berbagai ukuran kaos dengan pangsa passer yang cukup luas, yaitu dari ukuran usia anak-anak hingga usia dewasa.
- Langkah 5 : Tahap selanjutnya adalah kegiatan pendampingan berupa konsultasi seputar kesulitan mendesain, produksi, packaging produk hingga promosi penjualan.

3. HASIL

Pelatihan yang dilakukan terhadap penduduk Kampung Warna –Warni Jodipan berlangsung menjadi dua sesi pelatihan. Sesi yang pertama merupakan tahap pelatihan eksplorasi desain. Tahap ke-dua merupakan tahap pelatihan penerapan desain yang telah dibuat menjadi produk *merchandise* yang siap untuk dijual. Setelah kedua tahap tersebut selesai, program pengabdian masyarakat ini tidak hanya berhenti sampai disitu melainkan tim pengabdian melakukan pengembangan dan evaluasi terhadap hasil produk *merchandise* yang dibuat setelah pelatihan.

Pelatihan pembuat desain *merchandise* Kampung Warna-warni Jodipan ini menghasilkan dua hasil, yaitu hasil non-fisik dan hasil fisik.

3.1 Hasil Non Fisik

Hasil non- fisik yang diperoleh dari pelatihan ini adalah hampir semua peserta telah memahami konsep pembuatan desain *merchandise* yang telah disampaikan oleh tim pengabdian. Ketercapaian hasil ini dapat dilihat dari 12 dari 20 peserta pelatihan yang hadi telah mampu mengeksplorasi keadaan Kampung Warna-warni Jodipan untuk diterapkan dalam sebuah desain. Merka mampu menangkap keunikan-keuinikan atau icon-icon yang dapat dimunculkan ke dalam desain *merchandise* sebagai

penciri oleh-oleh dari Kampung Warna-warni Jodipan. Sedangkan 8 orang lainnya sudah bisa mengikuti konsep yang disampaikan namun dalam menggagas ide yang akan dibuat menjadi desain *merchandise* masih belum kuat, mereka belum mampu mengeksplorasi dengan bagus. Dari hal terse but bisa dikatakan hampir separuh lebih peserta pelatihan telah mampu untk mencari ide dan menggagasnya menjadi suatu desain *merchandise*. Selain itu hasil dari pelatihan ini juga ditunjukkan dari kondisi dimana hampir seluruh peserta pelatihan mampu membuat desain dengan menggunakan perangkat computer, sesuai dengan prosedur yang telah dilatihkan oleh tim pengabdian.

Usai dari pelatihan ini berlangsung, peserta dapat memahami bahwasanya dalam membuat suatu produk *merchandise* untuk oleh-oleh dari kawasan wisata diperlukan pemikiran yang matang hingga menjadi sebuah desain.

3.2. Hasil Fisik

Hasil fisik yang dihasilkan dari pelatihan ini ada dua macam yang pertama adalah beberapa alternative desain yang nanti akan diterapkan menjadi produk *merchandisedan* produk jadi yang nantinya akan siap dipasarkan. Adapun produk *marchandise* yang akan dilatihkan dalam kegiatan ini adalah penerapan desain pada kaos dengan teknik lukis. Berdasarkan hasil yang telah dicapai setelah pengabdian menunjukkan bahwa peserta sudah mampu menerapkan desain menjadi produk *merchandise*. Peserta mampu mengenali karakteristik bahan yang digunakan dalam memproduksi kaos lukis. Peserta mampu menguasai teknik untuk memproduksi kaos lukis.

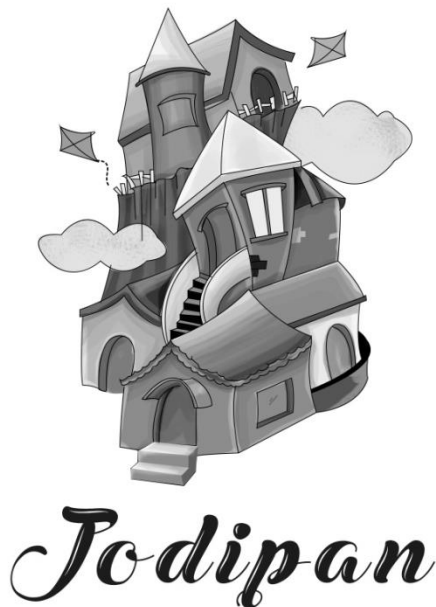
Berikut ini adalah beberapa desain ilustrasi untuk diaplikasikan pada media *merchandise* :



Gambar 1 Sketsa Kampung Warna Warni



Gambar 2 Sketsa Kampung Warna Warni



Gambar 3 Sketsa Kampung Warna Warni

Dari 20 peserta yang hadir dalam pelatihan semua telah mampu menghasilkan produk *merchandise* berupa kaos lukis, namun dari keseluruhan hasil masing-masing peserta memiliki kreativitas yang beragam. Ada peserta yang sudah mampu memilih warna yang tepat sehingga perpaduannya terlihat serasi, namun ada juga peserta yang belum pandai memadukan pemilihan warna. Selain itu jika dilihat dari goresan cat pada produk yang dihasilkan ada peserta yang sudah mampu menggoreskan cat secara halus sesuai dengan outline

dan ada peserta yang masih kasar dalam menggoreskan cat.



Gambar 4 Kegiatan menggambar Sketsa



Gambar 5 Kegiatan menyiapkan kaos sebagai media gambar/lukis

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang dicapai selama proses pelatihan yang meliputi keaktifan, kreativitas dan antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan maka dapat dinyatakan bahwa kegiatan pelatihan ini dapat berjalan sesuai harapan. Berikut dijelaskan kondisi sebelum dan sesudah dilakukannya kegiatan pelatihan pembuatan desain *merchandise* Kampung Warna-warni Jodipan :

Tabel 1. Kondisi Kemampuan Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan

No.	Sebelum Pelatihan	Selama Pelatihan	Sesudah Pelatihan
1	Peserta pelatihan belum	Diberikan pengetahuan dan wawasan	2

	mempunyai wawasan tentang pengembangan desain <i>merchandise</i> .	seputar konsep <i>merchandise</i> yang bisa dikembangkan pada suatu daerah wisata. Diberikan pengetahuan dan wawasan bagaimana cara mengeksplorasi ide untuk dijadikan sebuah desain. Diberikan pengetahuan dan wawasan seputar bagaimana cara membuat desain yang baik dan dapat diaplikasikan menjadi produk <i>merchandise</i> yang layak jual,	
2	Peserta belum memiliki kreativitas untuk menciptakan suatu produk <i>merchandise</i>	Peserta dilatih untuk membuat produk <i>merchandise</i> berupa kaos lukis.	Secara mandiri peserta didik dapat membuat produk <i>merchandise</i> berupa kaos lukis.
3	Peserta pelatihan belum mengembangkan produk <i>merchandise</i> khas Kampung Warna-warni Jodipan	Peserta diajari cara membuat dan memasarkan produk <i>merchandise</i> khas Kampung Warna-warni Jodipan berupa kaos lukis	Peserta mampu membuat dan memasarkan produk <i>merchandise</i> khas Kampung Warna-warni Jodipan berupa kaos

			lukis
--	--	--	-------

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian untuk pengembangan desain *merchandise* di Kampung Warna-warni Jodipan dapat berjalan dengan lancar. Hampir semua peserta antusias dan merasakan manfaat pelatihan. Pelaksanaan pengabdian untuk ibu-ibu PKK di Kampung Warna-warni Jodipan dapat disimpulkan berhasil sampai tahap yang pertama. Keberhasilan ini ditunjukkan antara lain oleh :

1. Adanya ketertarikan yang tinggi dari peserta pelatihan untuk mengikuti pelatihan dari awal hingga selesai.
2. Peserta dapat mengikuti semua arahan yang telah diberikan oleh pemateri.
3. Peserta dapat mengerjakan step by step pengembangan desain *merchandise* sesuai dengan materi yang telah diberikan pada saat pelatihan.
4. Adanya respon positif dari materi pengabdian yang disampaikan, peserta menyadari bahwa mengembangkan *merchandise* ini dapat meningkatkan income bagi mereka juga sebagai sarana mempromosikan Kampung Warna-warni lebih luas lagi.

6. SARAN

Dari tanggapan dan pertanyaan peserta pengabdian, dalam hal ini peserta pelatihan pembuatan desain *merchandise* di Kampung Warna-warni Jodipan adalah untuk meningkatkan potensi dari daerah wisata tersebut., maka saran yang dapat diberikan adalah agar masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK di Kampung Warna-warni Jodipan dapat mengembangkan kreativitasnya untuk membuat desain dan memproduksi *merchandise* . Untuk selanjutnya *merchandise* tersebut dapat dijual di kawasan wisata tersebut sehingga dapat memberikan pendapatan ekstra bagi masyarakat yang menggeluti kreativitas tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aminudin, Muhammad. 6 September 2016. Ini Dia Mahasiswa Pencetus Kampung Warna-Warni di Kota Malang. Dari : <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d->

- 3292071/ini-dia-mahasiswa-pencetus-kampung-warna-warni-di-kota-malang
- [2] BBC, Indonesia. 16 Oktober 2016. "Kampung warna-warni" Malang, dulu 'kumuh' sekarang jadi tempat wisata. Dari : http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2016/10/161016_majalah_kampung_warna_warni_malang
- [3] bakespangpol, 2016
- [4] Prasetya, 2016
- [5] Zimmerer, Thomas and Norman M. Scarborough. 2008. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Prentice Hall : Indiana University
- [6] BIP Kota Malang, 2017. Berkat Kampung Tematik, Wali Kota Malang Raih Penghargaan Ini. Dari : <https://malangkota.go.id/2017/11/10/berkat-kampung-tematik-wali-kota-malang-raih-penghargaan/>
- [7] BPS Jawa Timur, 2016. Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Jawa Timur Kabupaten/Kota Menurut Lapangan Usaha 2012 - 2016. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Dari : "Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Jawa Timur Kabupaten/Kota Menurut Lapangan Usaha 2012 - 2016".
- [8] BPS Kota Malang , 2016. Produk Domestik Regional Bruto Kota Malang Menurut Lapangan Usaha. Dari : https://malangkota.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Produk-Domestik-Regional-Bruto-Kota-Malang-Menurut-Lapangan-Usaha-2012-2016.pdf
- [9] BPS Kota Malang, 2016. Produk Domestik Regional Bruto Kota Malang Menurut Pengeluaran 2012-2016 . Dari : https://malangkota.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Produk-Domestik-Regional-Bruto-Kota-Malang-Menurut-Pengeluaran-2012-2016.pdf
- [10] Jubilee, Enterprice. 2010. 20 Bisnis IT dari Hobi Menjadi Rejeki. Elex Media Komputindo : Indonesia
- [11] Kemenpar. 2 Juni 2014. Perkembangan Wisatawan Nusantara. Dari: <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=111&id=1191>
- [12] Malang Guidance. 2011. Dari : <https://www.malang-guidance.com/sekilas-mengenai-malang/>
- [13] Meredith, Geoffrey g., et. al.. 1992. Kewirausahaan : Teori dan Praktek, Jakarta: PTBinaman Pessindo, Penerjemah : Andre Asparsayogi.
- [14] Mutis, Thoby, 1995. Pembangunan Koperasi, Jakarta : Yayasan Bina Bakti Pratama.
- [15] Suryana, 2004. Memahami Karakteristik Kewirausahaan, Modul, Jakarta: Depdiknas
- [16] Swanson, K. K. 2004. Tourists' and retailers' perceptions of souvenirs. Journal of Vacation Marketing, 10(4), 363-377. DOI: 10.1177/135676670401000407
- [17] Syaiful, Arif. 2017. Ubah Lingkungan Kumuh Jadi Tempat Wisata, Kota Malang Diganjar 2 Penghargaan. Dari : <http://www.radarmalang.id/ubah-lingkungan-kumuh-jadi-tempat-wisata-kota-malang-diganjar-2-penghargaan/>
- [18] Marzuki, M. Bahrul. 2017. Pemprov Jatim Klaim Pertumbuhan Ekonomi Lebih Cepat | Jatim TIMES - Peristiwa". Jatim TIMES.